

CENTRO UNIVERSITÁRIO REDENTOR
GRADUAÇÃO EM ARQUITETURA E URBANISMO

RICARDO DE OLIVEIRA ZACARIAS

UM CENTRO GASTRÔNOMICO PARA ITAPERUNA/RJ

ITAPERUNA/RJ
2020

RICARDO DE OLIVEIRA ZACARIAS

UM CENTRO GASTRÔNOMICO PARA ITAPERUNA/RJ

Trabalho de conclusão de curso para a obtenção do título de Graduação em Arquitetura e Urbanismo apresentado à UniRedentor.

ITAPERUNA/RJ

2020

RESUMO

A alimentação fora do lar é um dos segmentos que mais se sobressai na economia do estado do Rio de Janeiro, responsável por gerar empregos e promover o turismo. Itaperuna, localizada no Noroeste do estado, carece de opções com estrutura adequada para receber o público consumidor, visto que, a cidade tem como uma de suas poucas escolhas para lazer os estabelecimentos focados no consumo alimentício. Isso causa um descontentamento da população, uma vez que, se vê obrigada a utilizar espaços improvisados devido à falta de opção. O presente trabalho visa a implementação de um Centro Gastronômico no Município de Itaperuna/RJ. Trata-se de um espaço que reúne diferentes empreendimentos gastronômicos com a finalidade de atender o público geral, interessados em alimentação fora de casa. O centro visa proporcionar um espaço destinado a eventos regionais gastronômicos e restaurantes locais de funcionamento diário, fomentando, assim, atividades culturais regionais ligadas a culinária e a economia local.

Palavras-chave: Gastronomia; cultura; lazer; Centro Gastronômico.

ABSTRACT

Food outside the home is one of the segments that most stands out in the economy of the state of Rio de Janeiro, responsible for generating jobs and promoting tourism. Itaperuna, located in the northwest of the state, lacks options with an adequate structure to receive the consuming public, since, the city has as one of its few choices for leisure establishments focused on food consumption. This causes discontent among the population, since they are forced to use improvised spaces due to the lack of options. The present work aims at the implementation of a Gastronomic Center in the Municipality of Itaperuna/RJ. It is a space that brings together different gastronomic enterprises in order to serve the general public, interested in eating out. The center aims to provide a space for regional gastronomic events and local restaurants with daily operation, thus promoting regional cultural activities related to cuisine and the local economy.

Keywords: Gastronomy; culture; recreation; Gastronomic Center.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA Associação Brasileira da Indústria de Alimentos

PIB Produto Interno Bruto

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 Locais com Infraestrutura inadequada e/ou precária..... | 30 |
| Figura 2 Meu Chapa, foto do interior do estabelecimento | 30 |
| Figura 3 Meu Chapa, exterior do estabelecimento | 31 |
| Figura 4 Roslanches, atendimento na rua e cadeiras na calçada | 31 |
| Figura 5 Casa Chopp, mesas pela calçada..... | 32 |
| Figura 6 Kilanches, ocupação da praça | 32 |
| Figura 7 Butikin do Lanche, ocupação de praça | 33 |
| Figura 8 Público-Alvo..... | 38 |
| Figura 9 Localização de Itaperuna no estado do Rio de Janeiro | 41 |
| Figura 10 Localização do terreno na Cidade de Itaperuna | 41 |
| Figura 11 Pontos Relevantes na ZC | 42 |
| Figura 12 Características do Terreno..... | 43 |
| Figura 13 Hierarquia Viária da ZC..... | 44 |
| Figura 14 Condicionantes naturais do terreno escolhido..... | 45 |
| Figura 15 Localização do Bairro São Domingos em Niterói/RJ | 47 |
| Figura 16 Acessos e circulação da Cantareira | 47 |
| Figura 17 Fluxos e pontos de ônibus na Cantareira..... | 48 |
| Figura 18 Estacionamento adjacente à praça Leoni Ramos | 48 |
| Figura 19 Estacionamento de rua e rotativo próximos à pra Leoni Ramos..... | 49 |
| Figura 20 Usos e Funções dos arredores da Praça Leoni Ramos | 49 |
| Figura 21 Espaço coberto destinado para dispor mesas..... | 50 |
| Figura 22 Espaços utilizados para dispor mesas | 50 |
| Figura 23 Usos e Funções da Praça Leoni Ramos | 51 |
| Figura 24 Organização de um bar na Cantareira | 52 |
| Figura 25 Organização de um restaurante da Cantareira | 53 |
| Figura 26 Organização espacial da Praça Leoni Ramos..... | 54 |
| Figura 27 Análise de Acessos e Circulação interna | 55 |
| Figura 28 Fluxos e acesso | 55 |
| Figura 29 Pavimento Térreo do Eatly..... | 56 |
| Figura 30 Primeiro Pavimento Eatly..... | 57 |
| Figura 31 Segundo Pavimento do Eatly..... | 57 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1 A cidade de Itaperuna possui boas opções de lazer (cinemas, teatros, bibliotecas, etc.) | 28 |
| Gráfico 2 A cidade de Itaperuna deveria ter mais opções de Restaurantes, Lanchonetes e Bares. | 29 |
| Gráfico 3 Os restaurantes, lanchonetes e bares são ótimas opções de lazer. | 34 |
| Gráfico 4 O que mais contribui para sua opinião anterior? | 35 |
| Gráfico 5 Você frequenta esses lugares com que frequência? | 39 |
| Gráfico 6 Em quais dias você costuma ir a esses lugares? | 39 |
| Gráfico 7 Quais tipos de estabelecimentos você mais frequenta? | 40 |

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| 1. Introdução..... | 18 |
| 2. Marco teórico | 20 |
| 2.1. A Gastronomia no Mundo..... | 20 |
| 2.2. A gastronomia no Brasil..... | 22 |
| 2.3. A importância da gastronomia no âmbito cultural | 23 |
| 2.4. A importância da arquitetura na gastronomia..... | 25 |
| 3. METODOLOGIA | 27 |
| 4. Problemática..... | 28 |
| 4.1. LAZER INSUFICIENTE; | 28 |
| 4.2. FALTA DE OPÇÕES DE RESTAURANTES, BARES E LANCHONETES; | 28 |
| 4.3. Estruturas Improvisadas; | 29 |
| 5. Justificativa | 34 |
| 6. Objetivo Geral..... | 37 |
| 6.1. Objetivos Específicos | 37 |
| 7. Público-alvo | 38 |
| 8. Justificativa do terreno | 41 |
| 8.1. Contextualização urbana | 41 |
| 8.2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DO TERRENO..... | 42 |
| | 43 |
| 8.3. Mobilidade urbana e hierarquia viária | 43 |
| 8.4. Condicionantes naturais | 44 |
| 9. estudo de caso | 46 |
| 9.1. Praça Leoni Ramos (Cantareira) – Niterói/RJ..... | 46 |
| 9.1.2. Acessos, circulação e estacionamento..... | 47 |
| 9.1.3. Usos e Funções | 49 |
| 9.1.4. ORGANOGRAMA DE ESTABELECIMENTOS MODELO | 51 |
| 9.1.5. ORGANIZAÇÃO FÍSICA DA PRAÇA LEONI RAMOS (CANTAREIRA)..... | 53 |
| 9.2. EATALY..... | 54 |
| 9.2.2. Acessos e Circulação..... | 54 |
| 9.3. Usos e Funções..... | 56 |
| 10. REFERÊNCIAS PROJETUAIS..... | 58 |
| 10.1. Mercado Sal..... | 58 |
| 10.2. Mercadoteca Floripa | 62 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 11. Referências Bibliográficas | 67 |
| 12. APÊNDICE | 69 |

1. INTRODUÇÃO

As transformações nos hábitos alimentares contemporâneas seguem as sucedidas nas sociedades urbanas e estão ligadas às mudanças de âmbito cultural. Passada a Revolução Industrial, uma das culpadas por modificar esse cenário, as produções passaram por um processo de mecanização, onde o tempo era um fator determinante para a lucratividade, isso fez com que a exigência sobre a eficiência dos funcionários fosse maior. Em frente à essas mudanças, que faziam com que o ritmo dos indivíduos fosse guiado pela pressa, passou-se a dar mais valor às ocasiões destinadas ao lazer, este que está atrelado ao entretenimento e ao consumo.

Uma das vertentes mais conectadas ao lazer é a gastronomia, pois comer fora, para muitos, é uma forma de se divertir, encontrar os amigos, sair para namorar e etc. O mercado gastronômico cresce de maneira exponencial no Brasil, segundo dados da ABIA (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos), o Varejo Alimentício movimentou 375,3 bilhões no ano de 2019, Food Service 185,2 bilhões, totalizando 560,5 bilhões de movimentação no Mercado Interno. No estado do Rio de Janeiro, segundo o Sebrae, a alimentação fora de casa representa 2,4 do PIB fluminense e é composta de mais de 30.000 micro e pequenas empresas em todo o Estado.

“Buscar novos restaurantes ou simplesmente novos itens no cardápio. Ter o prazer em preparar o alimento, compartilhar com a família e os amigos. Essa tendência dissemina as receitas regionais e os produtos étnicos, cria o interesse pela harmonização de alimentos e bebidas, novas texturas e sabores. Valoriza a socialização em torno da alimentação, tornando os produtos alimentícios um importante elo entre as pessoas, dentro e fora dos lares.” (MORAIS, 2013)

No Brasil, a culinária é vista como manifestação cultural, entretanto, são identificados poucos espaços que auxiliam na formação e valorização histórica e gastronômica. Unindo-se às novas tendências da gastronomia, que estimulam uma gama de sentidos e sensações, busca-se o desenvolvimento de um espaço sensorial para integrar os momentos de alimentação com a percepção cultural do ambiente ao entorno.

O município de Itaperuna, localizado na região Noroeste do estado do Rio de Janeiro, sofre com a ausência de estruturas adequadas para atender a população que deseja fazer refeições fora de casa. Inúmeros restaurantes possuem, de maneira improvisada, salões para refeições, que tentando otimizar infraestruturas precárias, lugares providenciados para outros fins, acabam tornando-se ambientes insuficientes para o público frequentante, e conseqüentemente, espaços desconfortáveis, muitas vezes ocupando calçadas, dificultando a circulação de pedestres.

Itaperuna atualmente não conta com shopping center ou praças de alimentação, apenas com um empreendimento misto, aglomerando algumas lanchonetes e bares, porém, em um extremo da cidade, o que abre a oportunidade para um novo negócio, podendo agregar valor à centralidade, sendo uma área já consolidada.

“A cidade viva emite sinais amistosos e acolhedores com a promessa de interação social. Por si só, a simples presença de outras pessoas sinaliza quais lugares valem a pena.” (GEHL, 2013, p. 63)

O objetivo principal deste projeto, é unir e solucionar alguns déficits encontrados no município de Itaperuna, levando em consideração a ausência de espaços de convívio, lazer e cultura. Valorizar a gastronomia local, costumeira à população, além de apresentar sabores diferentes que remetem à uma variedade de novas culturas.

2. MARCO TEÓRICO

Para elaborar o referencial teórico e fundamentar a argumentação, foi necessário aprofundar os conhecimentos sobre determinados conceitos. Inicialmente busca-se entender como a gastronomia é vista mundialmente, quais valores e impactos ela tem na vida das pessoas e como ela foi evoluindo. Após isso parte-se para uma escala mais local, tendo o Brasil como foco, onde são abordadas as origens e influências. No tópico seguinte estabelece-se relações entre a gastronomia e a cultura, além de abordar hábitos, evolução de técnicas e identificação. Por fim, de que maneira a arquitetura pode impactar a gastronomia, como os espaços podem influenciar nas sensações e percepções.

2.1. A GASTRONOMIA NO MUNDO

Desde quando o ser humano passou a levar a alimentação mais a sério, a culinária vem desenvolvendo identidades culturais em diferentes regiões. A gastronomia é considerada por muitos, uma arte, que dia após dia, se consolida na sociedade e, em alguns locais unifica os tempos, se apropriando de diversas receitas e técnicas rudimentares e inovadoras.

“O alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem significativo simbólico em uma determinada sociedade. (...) é importante lembrar que os aspectos tradicionais da cultura, como as festas, as danças e a gastronomia, também fazem parte do consumo turístico. contexto, as receitas culinárias constituem um bem cultural tão valioso quanto um monumento, já que possibilitam entender a história de um lugar por meio de sua gastronomia”. (SCHLUTER, 2003, p. 70)

A inovação em diversas áreas do mundo, como nos meios de transporte e na indústria alimentícia, nas técnicas de conservação dos alimentos, além da modernização dos utensílios domésticos e de cozinha. Grande parte deste progresso é oriundo da Revolução Industrial e do período posterior a Primeira Guerra Mundial, estas trouxeram transições expressivas nos hábitos alimentares dos continentes Europa e América.

A Revolução Industrial criou, entre outras coisas, a possibilidade de se comer mais e melhor trazendo novas formas de se produzir, transportar, cozinhar e comer. A partir daí, a indústria alimentícia possibilita ampla produtividade na agropecuária; aperfeiçoa as técnicas de conservação já existentes e cria novas maneiras de fazer a comida durar mais. [...] Com o tempo, a indústria alimentícia toma para si, ao mesmo tempo em que recebe dos consumidores, a responsabilidade sobre o alimento, do beneficiamento do ingrediente ao prato pronto (PELLERANO, 2014).

As refeições consideradas rápidas e os restaurantes que forneciam alimentos em grande escala, acabaram se tornando alvos de favoritismo de muitas pessoas. A indústria dos alimentos foi incitada por técnicas, de conservação como a refrigeração e enlatamento, mais dinâmicas, dando ao comércio e exportação o ensejo de produtos dos mais variados tipos para praticamente todos os lugares. Consideradas as raízes da cozinha fast food de hoje em dia, foi daí em diante que começaram a ocorrer a mudanças significativas na área gastronômica.

O sistema de produção em massa agiliza o processo, reduz desperdícios e, como consequência, aumenta os lucros. Para o sociólogo George Ritzer (1996), o sucesso das redes de fast food é baseado nesse princípio de racionalização, e a partir dali ele se aperfeiçoou e expandiu, fenômeno que o autor chama de “mcdonaldização” da sociedade. Esse seria um paradigma do processo de maximização da produtividade, eficiência, preditibilidade e controle, comuns às redes de comida rápida, e sua aplicação em outros setores, como sistema bancário, recreação, educação e até atendimento médico-hospitalar. (RITZER,1996)

No mercado atual, a área de maior domínio é considerada a culinária de fusão, combinando diferentes tipos de culinária mundial, com métodos regionais, tendo em vista um plano de inovação no preparo e no sabor dos alimentos.

Pode-se dizer que um dos fatores caracterizadores da gastronomia no mundo, é a globalização. Ao mesmo tempo em que se busca evidenciar e enaltecer a cultura,

culinária local e suas raízes, idealiza-se a combinação destes com de outras regiões e de outras épocas.

Nas últimas décadas, os chefs se apoderaram deste conceito, atualizando-o, levando-o a dimensões impensadas. A partir dos anos 70, muitos restaurantes de alta gastronomia aceitaram o desafio de fundir distintos sabores do mundo, apresentando menus inovadores e absolutamente modernos. Hoje a cozinha de fusão é sinônimo de sofisticação. (SMOLEC, 2017)

2.2. A GASTRONOMIA NO BRASIL

Quando se fala em gastronomia brasileira, é de extrema importância enfatizar os princípios, que unidos, formaram o caráter da alimentação conhecido hoje no Brasil. Sua cozinha surge antes de tudo na miscigenação dos povos e raças que viviam no país, havendo uma incorporação dos pratos de culturas indígenas, africanas e portuguesas e ainda, de algumas adaptações decorrentes dos arranjos sociais.

A culinária de todo país tem sua origem com a história e formação, no Brasil, não sendo diferente, gerou-se uma culinária oriunda do processo de colonização, sendo bastante variada e ainda assim, podendo encontrar alguns pontos semelhantes.

“com o início da colonização, as figuras da índia e da mameluca tornaram-se importantíssimas no parto de uma cozinha própria da Terra Brasilis. (...) A ausência de um número expressivo de mulheres portuguesas deu a essas primeiras cozinheiras interculturais brasileiras a chance de incluir no cardápio do dia-a-dia os frutos e os bichos do lugar, que elas não conheciam e aproveitavam. A mandioca, o milho, os moqueados de peixe e carne, rústicos e substanciosos, foram sua contribuição inicial e valiosa. Mas as mulheres portuguesas vieram afinal e tomaram conta dos fogões e cozinhas, trazendo consigo a tradição dos ensopados e doces portugueses, mesclando-os ao que aqui encontraram” (TRIGO, 2002, p.176)

Nos novos tempos, surgiram novos hábitos e novos sabores à culinária nacional. Formada por ingredientes internacionais e variações de espécies brasileiras, a gastronomia do Brasil é rica em elementos culturais, entretanto, pode-se ainda estimular as culinárias regionais, como acontece em tantas outras partes do mundo. O país possui grande potencial para a alta Gastronomia e para exportações de costumes e técnicas culinárias, já valorizadas por grandes chefs internacionais.

Romão da Silva Filho, diz em “Manual básico para o planejamento e projetos de restaurantes e cozinha industriais” que a narrativa dos serviços de alimentação no Brasil pode ser fragmentada em três partes diferentes: de início terminando na década de 50, onde estabelecimentos com estrutura familiar prevaleceram e se sobressaíram; a segunda parte, ocorreu em paralelo com a expansão dos grandes centros urbanos, com a especulação imobiliária e a implantação do parque industrial; e a última, ocorreu ao mesmo tempo que o período da virada do século, considerada uma fase onde o profissionalismo era primordial e, ao mesmo tempo que ocorreu a chegada das grandes multinacionais do setor alimentício, cooperando com o surgimento de sistemas do tipo “ticket” restaurante, empresas administradoras, lanchonetes do tipo fast-food e outras tantas.

Seguindo o cenário e o impacto das modificações sociais, é possível notar que em muitos ambientes, a descaracterização da culinária local é recorrente, havendo de forma comumente a produção em massa e a modernização dos hábitos alimentares, deixando de lado muitas vezes a qualidade, a saúde e desvalorizando o ato de comer bem. Alex Atala, chef brasileiro, considerado representante desta nova forma de fazer gastronomia, implementada recentemente, justifica que o Brasil só terá uma alta gastronomia quando passar a reconhecer sua culinária regional, assim como é feito em muitos outros países bem sucedidos gastronômica, como a França e Espanha.

2.3. A IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA NO ÂMBITO CULTURAL

Desde a pré história a gastronomia é intimamente relacionada ao homem, isso porque foi a partir desse período que o entendimento sobre os alimentos em estado natural e cru foi iniciado. Coletti (2016 p.2) diz que “Neste período, o homem tinha seu hábito alimentar determinado por alimentos provenientes de atividades predatórias como a caça, a pesca e a coleta.” Até então, os alimentos eram consumidos sem

nenhum preparo, o que é fisiologicamente tornava a digestão dos alimentos difícil para o organismo.

Podemos perceber que, no início das civilizações, o homem sempre esteve à procura de alimentos para a manutenção da sua espécie. Por meio dessa busca, desenvolveu ferramentas e técnicas de cocção e conservação de alimentos, realizou o plantio e a domesticação dos animais, alterando o seu modo de vida nômade para sedentário. Passou da necessidade de alimentar-se para a satisfação e o prazer de comer. (MIYAZAKI, 2006, p.12)

Tempos depois, quando o homem descobriu o fogo, iniciou-se uma nova fase de gostos e sensações, mesmo utilizando os mesmos alimentos de sempre. Alimentar-se tornou-se um momento prazeroso, além de mais fácil. Coletti diz que esse momento foi um fator de extrema importância para o desenvolvimento do paladar do homem e da culinária, além de ajudar na formulação do conceito de “alimentação”. sabe-se que a gastronomia brasileira surgiu a partir de imigrações e do processo de colonização do país. Cada região brasileira sofreu influência de forma mais abrangente de uma determinada e distinta cultura, fazendo com que cada culinária tenha particularidades e peculiaridades, fazendo com que cada parte do Brasil tenha sua própria identidade culinária. Collaço ainda afirma que a “Comida fala sobre identidade o tempo todo e se apropria de ideias que circulam em torno de emblemas nacionais e regionais, entre famílias, posição social, idade e manipulada a partir de relações sociais.” Entender esses conceitos é de extrema importância, pois proporciona saber de onde surgiu a culinária nacional, mas para um melhor entendimento do histórico da alimentação no Brasil é significativo assimilar o conceito “culinária”.

Segundo Diez-Garcia e Castro (2011, p. 3) A palavra culinária vem do latim *culinarius*, que deriva da palavra *culina*, é o mesmo que cozinha. O termo fala sobre a arte de cozinhar é simbolizada por um conjunto de aromas e sabores peculiares a uma determinada cultura.

Os mercados populares e as feiras livres remetem civilizações ancestrais, antes para troca de produtos por outras mercadorias, hoje ocupam diversas funções sociais e imprimem uma forte identidade socioeconômica e cultural. Diversos mercados

públicos originaram-se em decorrência das feiras livres realizadas localmente, ou seja, são arquiteturas que são edificadas devida a incessante necessidade de suprimentos reivindicadas pela vida no meio urbano, além disso, passaram a representar grandes locais de importância para trocas imateriais que engrandecem a vida em sociedade, passando de geração para geração práticas de cultura, lazer e tradição. Na opinião de Michellon (2008) o termo que bem cabe às feiras-livres é “tradicional”, em função de seus pontos de venda em locais pré-determinados com bancas ao ar livre havendo uma relação de confiança entre os produtores e os consumidores, em muitos casos com preços acessíveis, podendo haver uma garantia de qualidade, uma vez que são mais frescos e também pelo fato de em algumas barracas os produtos vendidos serem isentos de agrotóxicos ou outro qualquer produto químico que altere suas características naturais.

2.4. A IMPORTÂNCIA DA ARQUITETURA NA GASTRONOMIA

A gastronomia atual tem como objetivo estimular os 5 sentidos do consumidor, e para tal, a arquitetura é usada em paralelo. A chamada “arquitetura sensorial” ou “arquitetura dos sentidos” foi apresentada pelos arquitetos Juhani Pallasmaa e Steven Holl, pioneiros nessa interface arquitetônica inovadora.

O arquiteto Pallasmaa, defende em suas teses que para a arquitetura valorizar a vida deve cobrir a todos os sentidos a todos os momentos, e unindo nossa auto-imagem com a experiência de mundo, vem com o encargo mental fundamental de acomodar e integrar a todos, deixando claro as experiências do estar. A arquitetura tem como objetivo relacionar e projetar de forma simbólica, sem perder sua atribuição, ela não deve ser apenas funcional e trazer conforto para os seus usuários, como também deve ser equilibrada no sentido de estimular a imaginação.

“O autor explora as interações entre os sentidos e acrescenta impressões pessoais sobre os objetivos destes na expressão e na experiência da arquitetura. Comparando a visão com audição coloca: a visão isola, enquanto o som incorpora. A visão é direcional, enquanto o som é omni-direcional. O sentido da visão implica exterioridade, mas o som cria uma experiência de interioridade. Os olhos alcançam, mas os ouvidos recebem. [...] Cada cidade tem seu eco que depende do padrão e da escala de suas ruas e das matérias

e estilos arquitetônicos predominantes. Com relação ao olfato postula que o nariz é que faz os olhos lembrarem.” (MARTAU, 2007, p.56-58)

Acredita-se que a influência das teorias da arquitetura sensorial relacionada ao projeto de um centro gastronômico pode beneficiar e ilustrar de forma clara suas novas tendências experimentais. Perceber os espaços de todas as maneiras assim como perceber a comida com todos os sentidos na gastronomia é a intenção da presente proposta.

Com relação a parte de produção de um complexo gastronômico, cada cozinha é projetada de acordo com suas necessidades e peculiaridades, oriundas da variedade de cardápios, além de respeitar as normas para enquadramento de cada setor.

Zanella (2002), detalha algumas especificações que podem ser levadas em consideração durante todo o processo de desenvolvimento do projeto, dentre elas, podem ser contextualizadas:

- O tipo e a classificação do projeto;
- Público alvo e mercado;
- Cronograma de funcionamento do estabelecimento;
- Decoração;
- Layout arquitetônico e operacional;
- Padrão de serviço;
- Tratamento térmico e acústico.

Além desses, vários outros tópicos devem ser levados em consideração, não só para o projeto de cozinha, como de todo o complexo gastronômico, de forma que atenda às necessidades dos colaboradores que o utilizarão diariamente, como também dos clientes.

3. METODOLOGIA

Para este trabalho a metodologia escolhida foi a pesquisa quantitativa e qualitativa, tendo como função principal coleta e análise de dados, para a validação e comprovação da necessidade de um Centro Gastronômico para o município de Itaperuna.

A pesquisa quantitativa trata-se de um método analítico baseado em métricas e cálculos numéricos, os resultados podem ser traduzidos e interpretados através de percentuais. Através de uma amostragem é possível traçar, com baixa margem de erro, o quantitativo de pessoas interessadas em determinado produto, evento, lugar e etc., ou seja, tem uma taxa de confiabilidade alta, contribuindo para tomada de decisões importantes.

A pesquisa qualitativa é um método de análise mais subjetivo, não baseando-se em métricas e números, mas sim na experiência do indivíduo em uma determinada situação, condição ou ambiente. Nesta modalidade pesquisa, os resultados são obtidos em formas de palavras, ideias e concepções individuais.

A pesquisa foi feita através de um questionário que foi distribuído de maneira online, onde 169 pessoas foram entrevistadas, ou seja, tendo em base a população itaperunense que é de 103.224 habitantes (IBGE, 2019), os resultados tem um grau de confiabilidades de aproximadamente 90%, tendo como margem de erro no máximo 7%. Pelos resultados encontrados, foi possível identificar problemas enfrentados pela população, a necessidade de um Centro Gastronômico, definir público-alvo e elaborar um programa de necessidades efetivo, para que as demandas sejam atendidas.

4. PROBLEMÁTICA

Neste capítulo serão relatadas quais as deficiências e problemas encontrados relacionados ao setor de bares e restaurantes na cidade de Itaperuna. Para que isso fosse possível foi-se a campo com a finalidade de identificar tais problemas, além disso, foi feita uma pesquisa qualitativa para descobrir qual a opinião da comunidade sobre o que lhes é ofertado nesse seguimento.

4.1. LAZER INSUFICIENTE;

A cidade de Itaperuna oferece poucas escolhas de lazer para sua população, pois tem poucas ou nenhuma opção lazer como cinemas, teatros, bibliotecas e etc. Através do questionário distribuído online é possível afirmar que a comunidade não está achando que as opções voltadas para lazer e entretenimento em Itaperuna são boas.

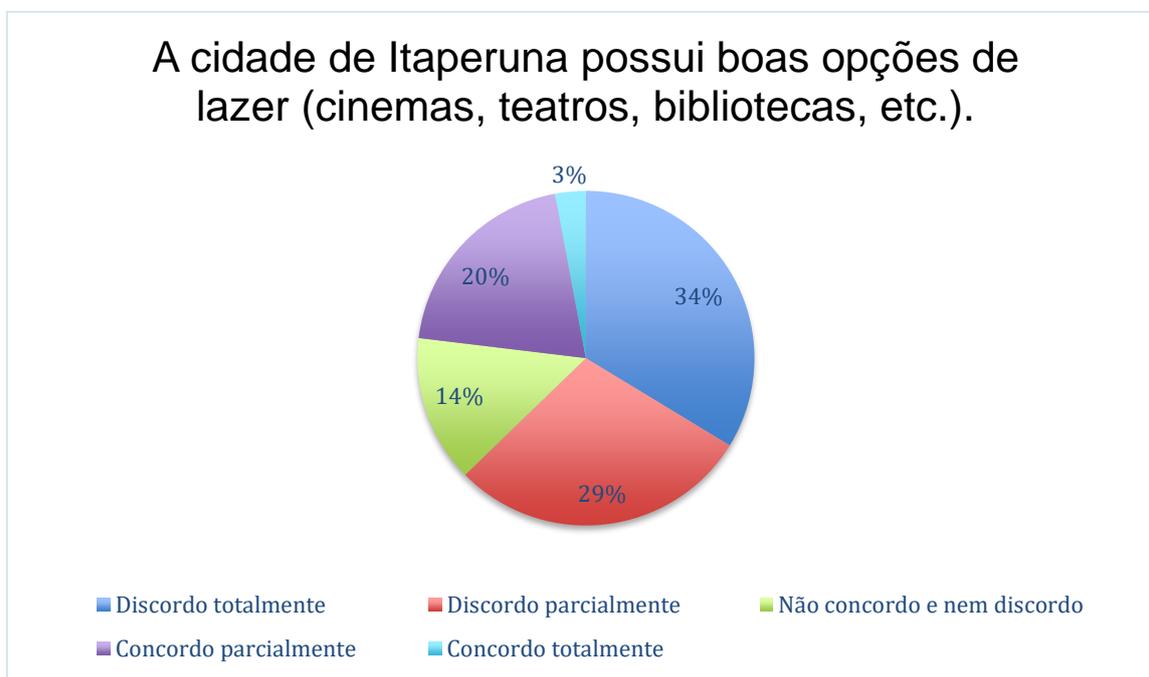


Gráfico 1 A cidade de Itaperuna possui boas opções de lazer (cinemas, teatros, bibliotecas, etc.).

Analisando o gráfico vemos 34% discorda totalmente da afirmação, 29% discorda parcialmente, ou seja, mais da metade tem uma opinião negativa.

4.2. FALTA DE OPÇÕES DE RESTAURANTES, BARES E LANCHONETES;

Por meio de uma pesquisa realizada com moradores de Itaperuna e com pessoas que apenas trabalham ou estudam na cidade, mas que consomem de seus serviços, foi

possível constatar que a cidade carece de opções de restaurante, bares e lanchonetes. Através do questionário foi possível perceber um descontentamento da população em relação a quantidade desses estabelecimentos na cidade. Analisando o gráfico é possível perceber que 56% concorda totalmente e 23% concorda parcialmente de que a cidade de Itaperuna deveria ter mais opções de restaurantes, lanchonetes e bares, ou seja, 79% dos entrevistados tem uma opinião negativa a respeito do número atual desses estabelecimentos atualmente.

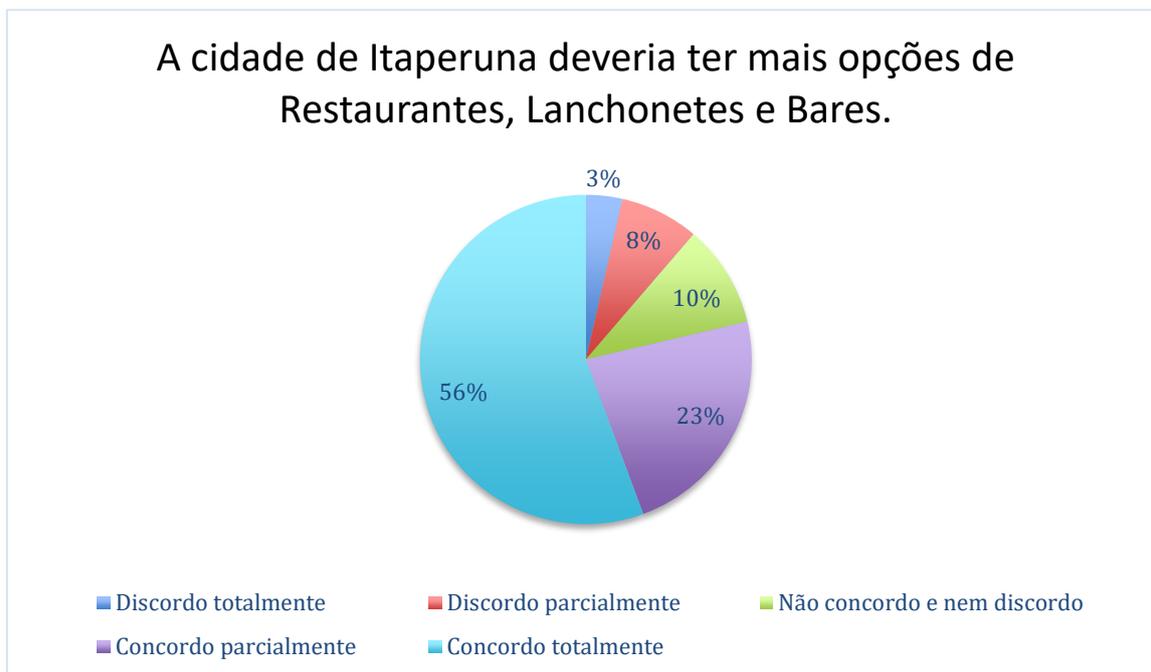


Gráfico 2 A cidade de Itaperuna deveria ter mais opções de Restaurantes, Lanchonetes e Bares.

4.3. ESTRUTURAS IMPROVISADAS;

Em Itaperuna é comum que espaços que não foram pensados para serem restaurantes e lanchonetes funcionem como uma. Muitas vezes, por falta de espaço físico, esses estabelecimentos se apropriam das calçadas para dispor suas mesas, atrapalhando o fluxo de pedestres, fazendo com que diversas vezes tenham que passar na rua em meio a veículos, correndo risco de atropelamento. Outro ponto a ser mencionado é o fator das mesas estarem expostas ao tempo, ou seja, em dias chuvosos ou de frio, os clientes não tem um local adequado para ficar, como consequência há uma redução de faturamento desses estabelecimentos.

A falta de estrutura também pode ser percebida pela falta de rampas, pisos táteis, corrimãos e etc., ou seja, pela acessibilidade mínima ou falta dela, como consequência dificulta ou impede a frequência de pessoas com deficiência visual, motora permanente ou temporária a esses lugares, uma vez que não tem segurança para irem desacompanhadas. Esse tipo de espaço não tem um padrão de localização, estando presente em todos os bairros da cidade.



Figura 1 Locais com Infraestrutura inadequada e/ou precária

Fonte: Google Maps: Modificada pelo Autor



Figura 2 Meu Chapa, foto do interior do estabelecimento

Fonte: Foto por Marcelo Pereira, 2019



Figura 3 Meu Chapa, exterior do estabelecimento

Fonte: Foto por Marcelo Pereira, 2019



Figura 4 Roslanches, atendimento na rua e cadeiras na calçada

Fonte: Foto por Andressa Periard, 2018



Figura 5 Casa Chopp, mesas pela calçada

Fonte: Foto por Helton Luiz, 2018



Figura 6 Kilanches, ocupação da praça

Fonte: Foto por Elias Coêlho



Figura 7 Butikin do Lanche, ocupação de praça

Fonte: Foto por Ruy Oliveira, 2018

5. JUSTIFICATIVA

A implantação de um Centro Gastronômico na cidade de Itaperuna supriria uma demanda existente na cidade, comprovada através da pesquisa. A população afirma que restaurantes, lanchonetes e bares são boas opções de lazer, ou seja, o Centro atenderia dando mais opções de lazer, além de gerar empregos e movimentar a economia do município.

Analisando o gráfico é possível perceber que 41% concorda parcialmente e 18% concorda totalmente, ou seja, 59% tem uma opinião positiva a respeito de que bares, restaurantes e lanchonetes são ótimas opções de lazer.

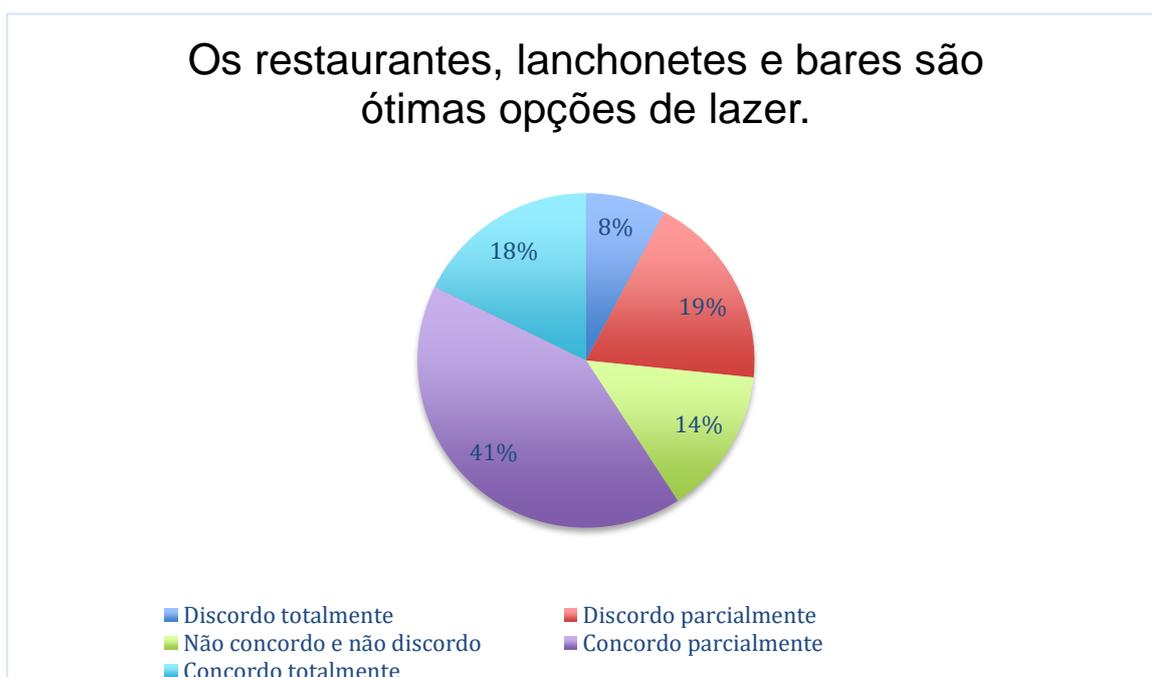


Gráfico 3 Os restaurantes, lanchonetes e bares são ótimas opções de lazer.

A fim de entender o motivo dessas respostas e o que influenciou nelas foi questionado o que mais contribuiu com essa opinião.

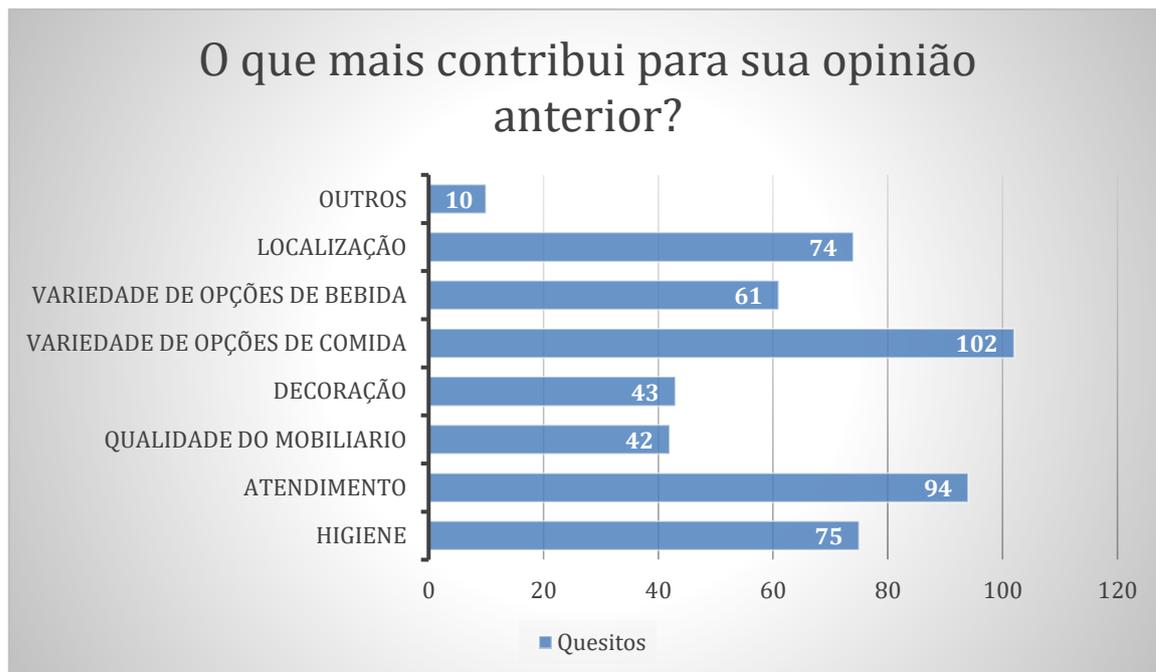


Gráfico 4 O que mais contribui para sua opinião anterior?

Com isso é possível perceber que, para os entrevistados, o que torna um bar, restaurante ou lanchonete uma opção de lazer são as comodidades ofertadas. O Centro Gastronômico visa ser um espaço moderno e bonito, com boa decoração, que atende as necessidades do público frequentador, preenchendo todos os requisitos apontados como relevantes para classificar esses espaços como opções de lazer, oferecendo um espaço acessível e com infraestrutura adequada, onde os clientes tenham conforto e comodidade em conformidade com as normativas sanitárias.

Ainda segundo a pesquisa, os entrevistados acreditam que o número de opções gastronômicas é insuficiente, ou seja, há uma demanda para novos locais que também serão preenchidas pela implementação do Centro, atraindo o público consolidado, que atualmente se sente prejudicado pela falta de opções, como comprovado na problemática.

Por localizar-se na região central da cidade, o centro trará benefícios em questões de logística, quem frequenta terá mais opções em um único lugar, evitando deslocamentos desnecessários, o local ofertará estacionamento, proporcionando conforto para quem utiliza o automóvel para frequentar o espaço, reduzindo o tempo de procura por vaga, já que atualmente é difícil de se encontrar locais adequados para se estacionar, devido à alta demanda. Todas as normativas sanitárias serão

atendidas, bem como suas recomendações, proporcionando confiança e segurança para os consumidores. Haverá um espaço para receber eventos regionais, com infraestrutura adequada e eficiente, ofertando um espaço que respeite as normas de acessibilidade, criando assim um local inclusivo, para que todos possam frequentar livremente.

6. OBJETIVO GERAL

Elaborar e implementar um Centro Gastronômico no Município de Itaperuna/RJ, promovendo um espaço para o lazer gastronômico com segurança sanitária e conforto, evidenciando a gastronomia local, promovendo eventos e fomentando a economia do município.

6.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Abrigar e valorizar pequenos e grandes restaurantes locais, fomentando a cultura e a economia local, auxiliando micro e pequenos empreendedores visionários;
- Receber e promover eventos gastronômicos, que evidenciem os sabores regionais, mas também recebam eventos provenientes de outras localidades;
- Oferecer um espaço físico em conformidade com as normativas sanitárias a fim de trazer segurança e confiança para os frequentadores;
- Atender necessidades estéticas e funcionais do público-alvo, através de um projeto arquitetônico bem resolvido;
- Trazer inovações no setor gastronômico de Itaperuna, ofertando opções levantadas através do questionário.

7. PÚBLICO-ALVO

A determinação do público alvo foi possível através dos dados colhidos pelo questionário, o mesmo ficou disponível online por três dias, tendo um alcance de 169 pessoas, deste número 116 são residentes do município de Itaperuna e 53 se dividem em cidades próximas, mas que de alguma forma se relacionam com Itaperuna, seja estudando e/ou trabalhando.

Pelo questionário foi possível extrair que o público-alvo é majoritariamente feminino correspondendo 62,7%, 59,8% tem entre 18 e 24 anos de idade, 74,6% é solteiro, 60,4% tem escolaridade de nível superior incompleto, 32,5 mora em 4 pessoas em casa, 80,5% não possui filhos e 44,4 tem renda familiar de até 3 salários mínimos.



Figura 8 Público-Alvo

Fonte: Autoral

A frequência e em quais dias especificamente também foram coletadas, de forma a descobrir quais os dias da semana terá um volume maior de visitantes. 30% frequenta restaurantes, bares ou lanchonetes uma vez por mês, 23% uma vez por semana e 22% mais de uma vez por semana. 73% dos entrevistados vão a esses estabelecimentos aos fins de semana (sexta-feira e sábado), e 18% nos dias de semana (segunda à quinta-feira).

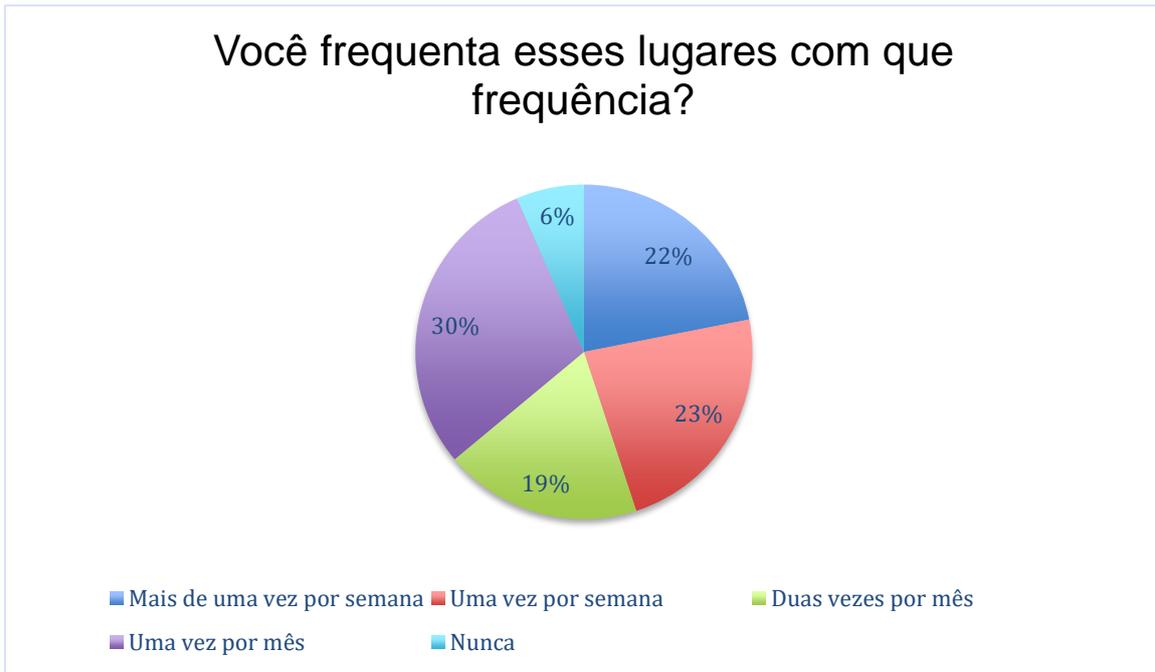


Gráfico 5 Você frequenta esses lugares com que frequência?

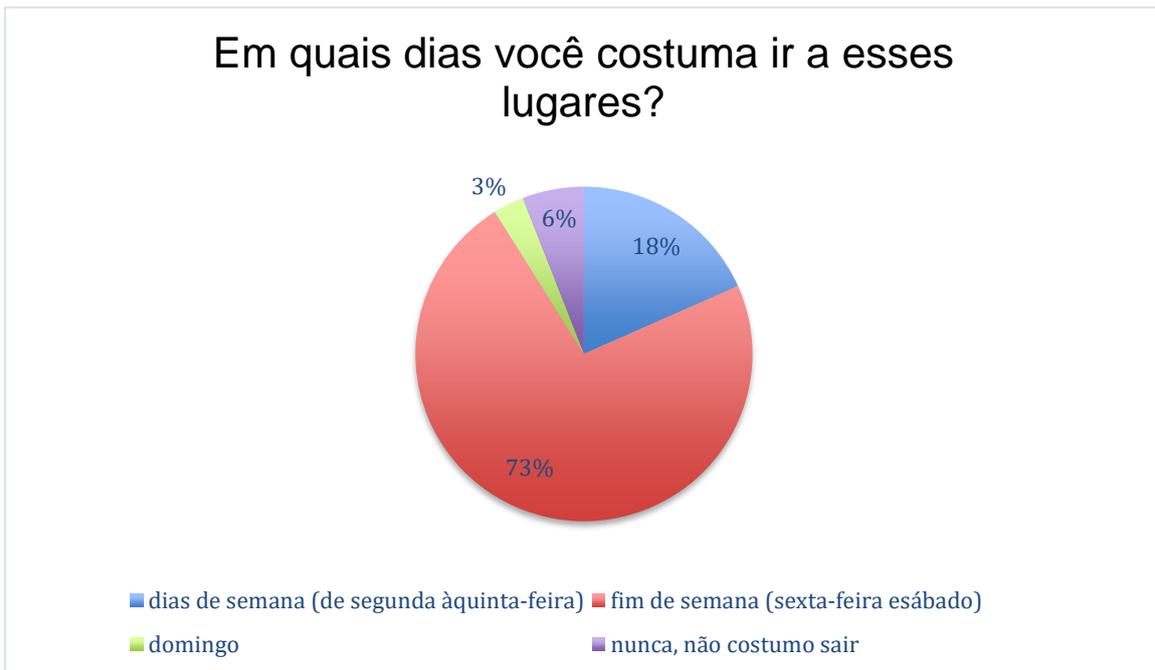


Gráfico 6 Em quais dias você costuma ir a esses lugares?

Após isso, foi questionado quais tipos de estabelecimentos os usuários mais frequentam, eles podiam marcar mais de uma opção. As hamburguerias tiveram a preferência dos entrevistados, correspondendo 65,7% respostas, em segundo lugar as pizzarias com 53,8%, seguida dos bares e sorveterias, com 45,6% e 32,5% respectivamente.

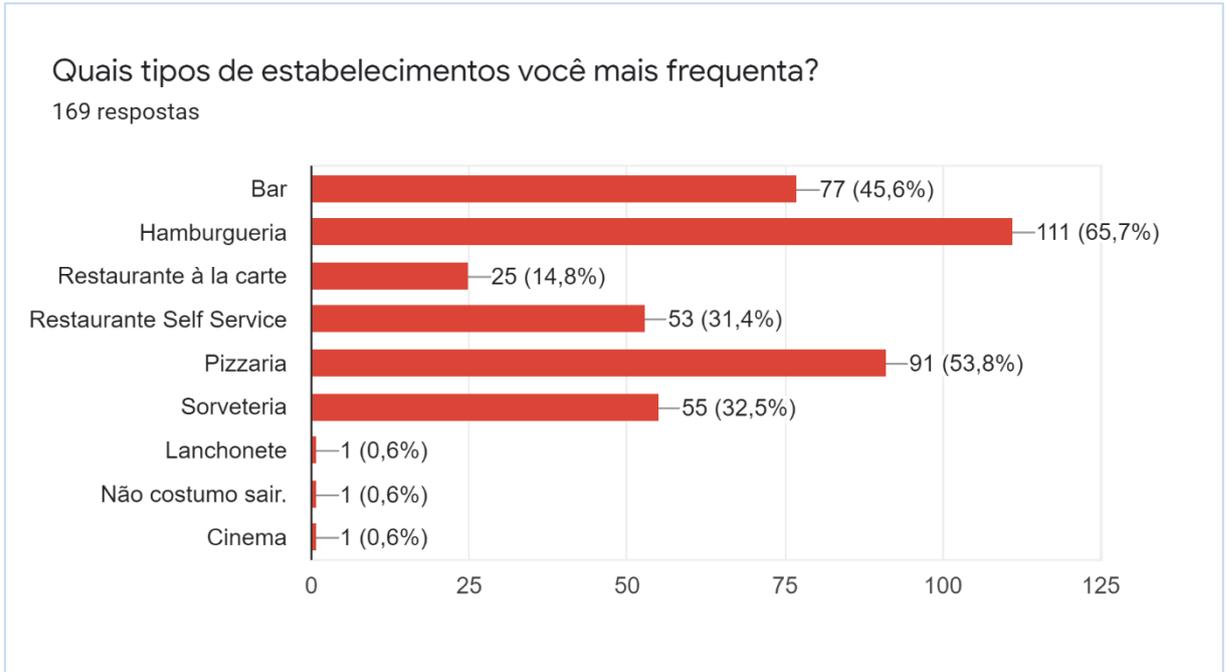


Gráfico 7 Quais tipos de estabelecimentos você mais frequenta?

8. JUSTIFICATIVA DO TERRENO

8.1. CONTEXTUALIZAÇÃO URBANA

O terreno escolhido para abrigar o Centro Gastronômico de Itaperuna/RJ está localizado no interior do estado do Rio de Janeiro, na cidade que dá nome ao empreendimento, de endereço R. Brioulage Nogueira, 18-90 - Centro, Itaperuna - RJ, 28300-000.



Figura 9 Localização de Itaperuna no estado do Rio de Janeiro

Fonte: Escola Educação, arquivo editado pelo autor

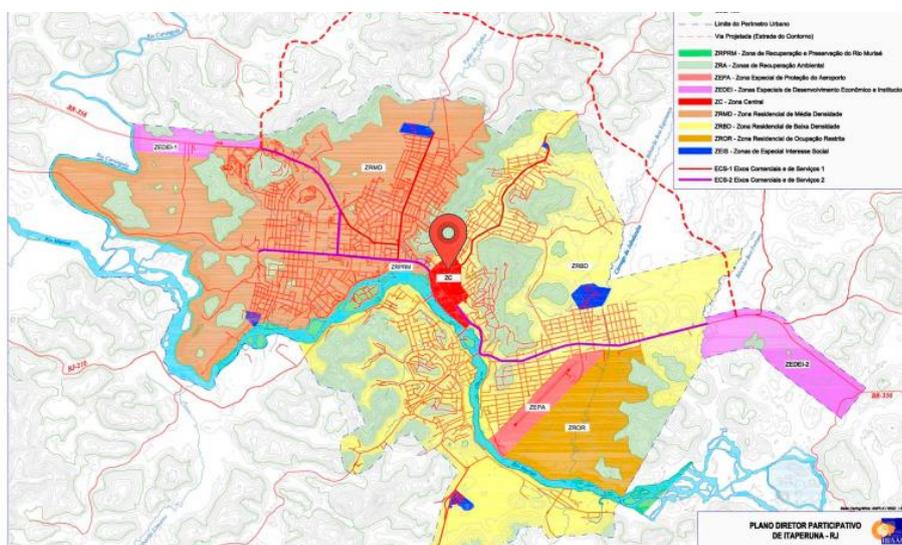


Figura 10 Localização do terreno na Cidade de Itaperuna

Fonte: Escola Educação, arquivo editado pelo autor

Encontrando-se no bairro Centro em Itaperuna, o terreno se situa em uma ZC (Zona Central), isso significa que o mesmo deve respeitar as restrições de afastamento e ocupação, bem como taxa de permeabilidade entre outros, contudo as mesmas não são empecilho para o desenvolvimento do projeto.

A Zona Central é uma área altamente consolidada da cidade, pois é um ponto de conversão e de intenso fluxo de pessoas, reúne os principais serviços como bancos, supermercados, óticas, salões de beleza, drogarias, clínicas de saúde e estética, e além disso, também é onde se encontra o principal Hospital do Noroeste Fluminense, o São José do Havaí, que recebe pessoas não só da região, mas também de outros estados, diversificando ainda mais o público frequentador.

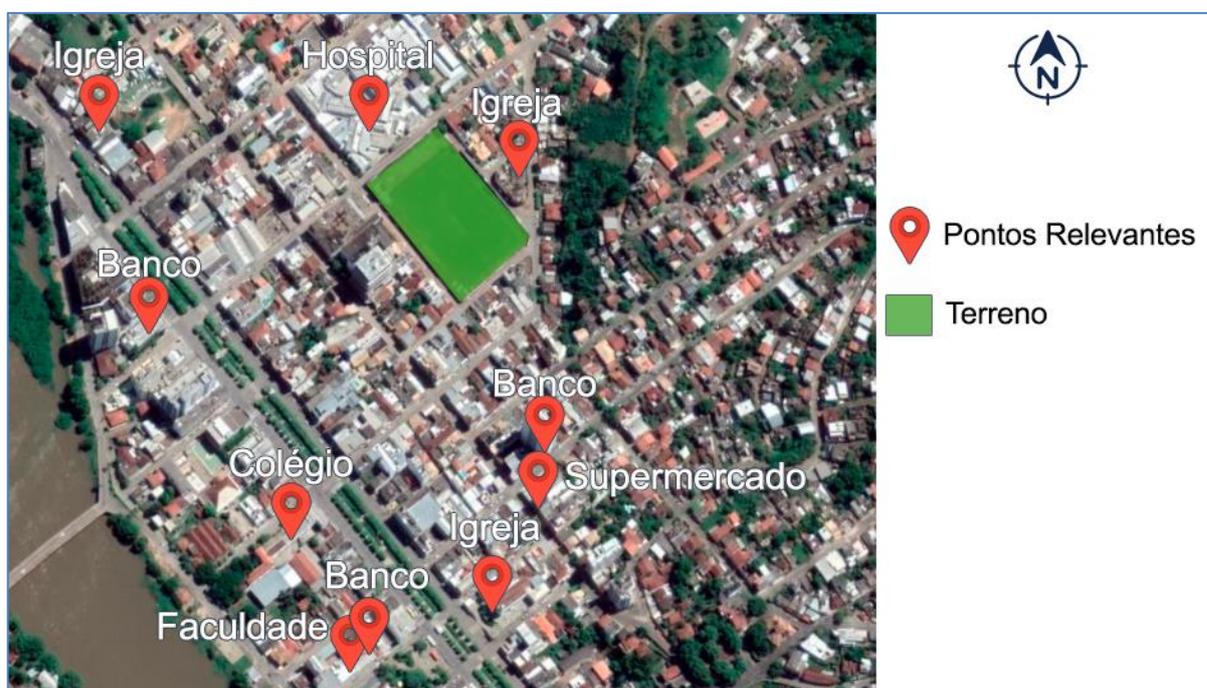


Figura 11 Pontos Relevantes na ZC

Fonte: Google Maps, editado pelo Autor

8.2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DO TERRENO

O terreno tem dimensões de 144 m x 90 m, totalizando 12.960 m², possui topografia plana e regular, não há árvores e a única vegetação presente é grama.



Figura 12 Características do Terreno

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

8.3. MOBILIDADE URBANA E HIERARQUIA VIÁRIA

O terreno encontra-se um ponto de fácil localização, conta com transporte público em rua adjacente e é próximo ao principal eixo comercial do município, que é rota de passagem para outras cidades.

As quatro fachadas do terreno estão conectadas com ruas, sendo a Noroeste uma via Coletora, que parte do Centro da cidade, passa em frente ao Hospital São José do Havaí, indo em direção ao Bairro Vinhosa. As demais fachadas estão interligadas com ruas Locais, e estas desembocam nas Ruas João Catarina e Dez de Maio, ambas coletoras.

Próximo ao terreno se encontra uma malha viária consolidada, a BR-356, neste trecho chamada de Av. Cardoso Moreira, é uma das rotas de entrada e saída da cidade de Itaperuna. Esta via arterial conta com transporte municipal, intermunicipal e interestadual, é um dos caminhos que inúmeros estudantes e trabalhadores circulam todos os dias para chegarem aos seus destinos.



Figura 13 Hieraquia Viária da ZC

Fonte: Google Maps, editado pelo Autor

8.4. CONDICIONANTES NATURAIS

As condicionantes naturais são fatores essenciais na concepção de um projeto arquitetônico, pois impactam diretamente na distribuição espacial do programa. O terreno tem a fachada principal, a de mais movimento, voltada para a direção Noroeste, ou seja, é a que mais recebe incidência solar, já a fachada direita está voltada para o nordeste, nela incide parte do sol da manhã e parte do sol da tarde. A fachada esquerda é voltada para o Sudoeste, recebendo assim parte sol do fim de tarde, já a parte posterior do terreno está direcionada para o Sudeste, promovendo temperaturas menos intensas no interior da edificação, uma vez que recebe apenas parte do sol da manhã.

A ventilação natural é outro agente que deve ser levado em consideração, pois ambientes arejados e bem ventilados contribuem no conforto térmico das edificações, deixando mais prazerosa a permanência no recinto. O vento predominante em Itaperuna vem da direção Sudeste, com força média de 4kts (Windfinder, 2020).



Figura 14 Condicionantes naturais do terreno escolhido

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

9. ESTUDO DE CASO

O estudo de caso tem como finalidade a compreensão espacial, fluxos, acessos e necessidades de um espaço voltado para o setor gastronômico. Os locais escolhidos para a análise foram a Praça Leoni Ramos (Cantareira) que fica em Niterói/RJ e o Eataty localizado em São Paulo/SP. Estes locais foram escolhidos tendo como finalidade a compreensão do funcionamento das dinâmicas de espaço, sendo o primeiro com público-alvo mais boêmio e o outro de amantes da alta gastronomia. Outro fator que contribuiu para a escolha de ambos foi a diferença da infraestrutura oferecida, bem como ambientes, mobiliários, acessos e layout que de certa forma influenciam diretamente na experiência do usuário. Enquanto a arquitetura do Eataty é mais sofisticada e elitizada, sendo uma edificação coberta, protegida das intempéries, a Cantareira já é mais popular, com espaços a céu abertos e com uma intensa conexão com o entorno.

9.1. PRAÇA LEONI RAMOS (CANTAREIRA) – NITERÓI/RJ

Situada no bairro São Domingo, Zona Sul da cidade de Niterói, a praça Leoni Ramos, também conhecida como Cantareira é um dos principais pontos de encontro dos jovens niteroienses, principalmente universitários, é composto pela Praça e pelo conjunto arquitetônico ao seu redor. O local tem a vida noturna bem ativa, isso deve-se ao fato de que a praça é rodeada de bares e restaurantes.

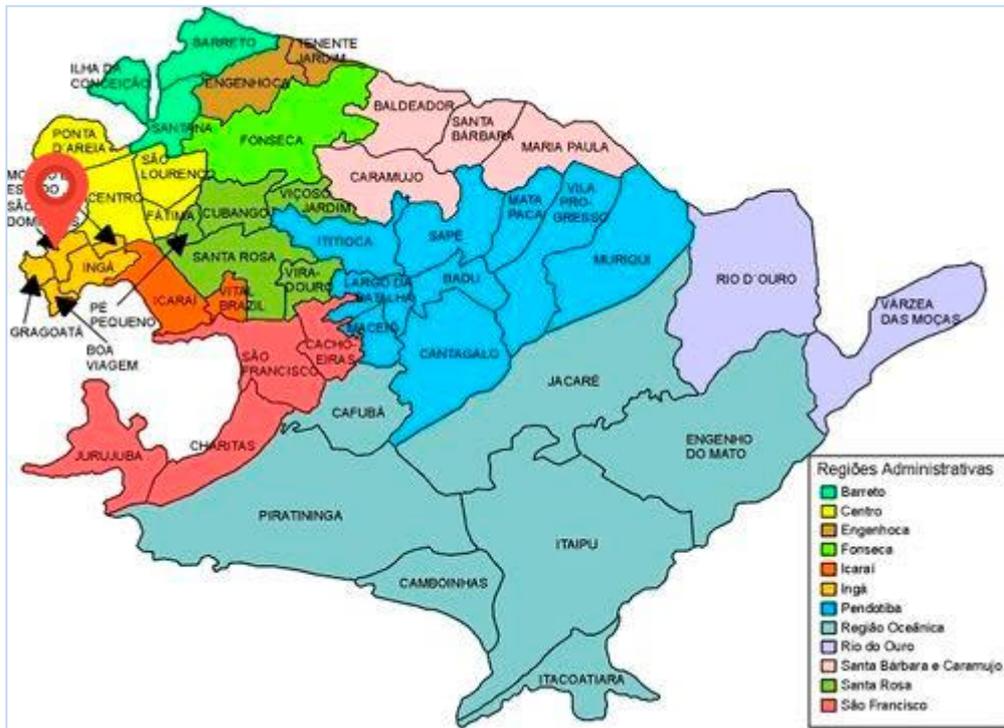


Figura 15 Localização do Bairro São Domingos em Niterói/RJ

Fonte: Google, editado pelo Autor

9.1.2. ACESSOS, CIRCULAÇÃO E ESTACIONAMENTO

O acesso a Praça Leoni Ramos se dá 5 vias de mão dupla que se distribuem ao redor da praça, há também uma rua que circunda a circunda.



Figura 16 Acessos e circulação da Cantareira

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

As ruas próximas a Cantareira contam com fluxo de veículos unidirecional e dois pontos de ônibus próximos à praça.



Figura 17 Fluxos e pontos de ônibus na Cantareira

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

As vagas de estacionamento de distribuem nas ruas adjacentes, mas o local também conta com um estacionamento rotativo.



Figura 18 Estacionamento adjacente à praça Leoni Ramos

Fonte: Google Maps, editado pelo autor



Figura 19 Estacionamento de rua e rotativo próximos à pra Leoni Ramos

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

9.1.3. USOS E FUNÇÕES

Fazendo-se uma observação espacial é possível perceber que os casarios, em quase sua totalidade foram adaptados para servirem como bares e restaurantes. Essa dinâmica, deve-se ao fato da instalação do campus da UFF, que trouxe com si um público consumidor, que passou a frequentar esse local. O campus de Gragoatá é um dos principais responsáveis pela circulação de pessoas nessa região.



Figura 20 Usos e Funções dos arredores da Praça Leoni Ramos

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

A organização na rua caracteriza também ocupação do espaço, os bares utilizam espaços demarcados na rua para dispor mesas e cadeira, para que seus estabelecimentos comportem mais clientes.



Figura 22 Espaços utilizados para dispor mesas

Fonte: Google Street View modificado pelo autor



Figura 21 Espaço coberto destinado para dispor mesas

Fonte: Google Street View modificado pelo autor

Tendo como base a pesquisa de campo feita por Laila Borges Silva em 2018, pode-se perceber que a praça tem usos distintos fisicamente, variando de acordo com a identificação dos grupos. A área representada pelo número (1) é composta por alunos da Universidade Federal Fluminense que cursam Ciências Humanas e Arte e Comunicação e pelo público LGBTQIA+, além de simpatizantes. A área (2) é representada pelos moradores de rua, o número (3) é composto por pessoas negras, já o (4) em sua maioria por homens brancos héteros e área (5) por um público mais misto.

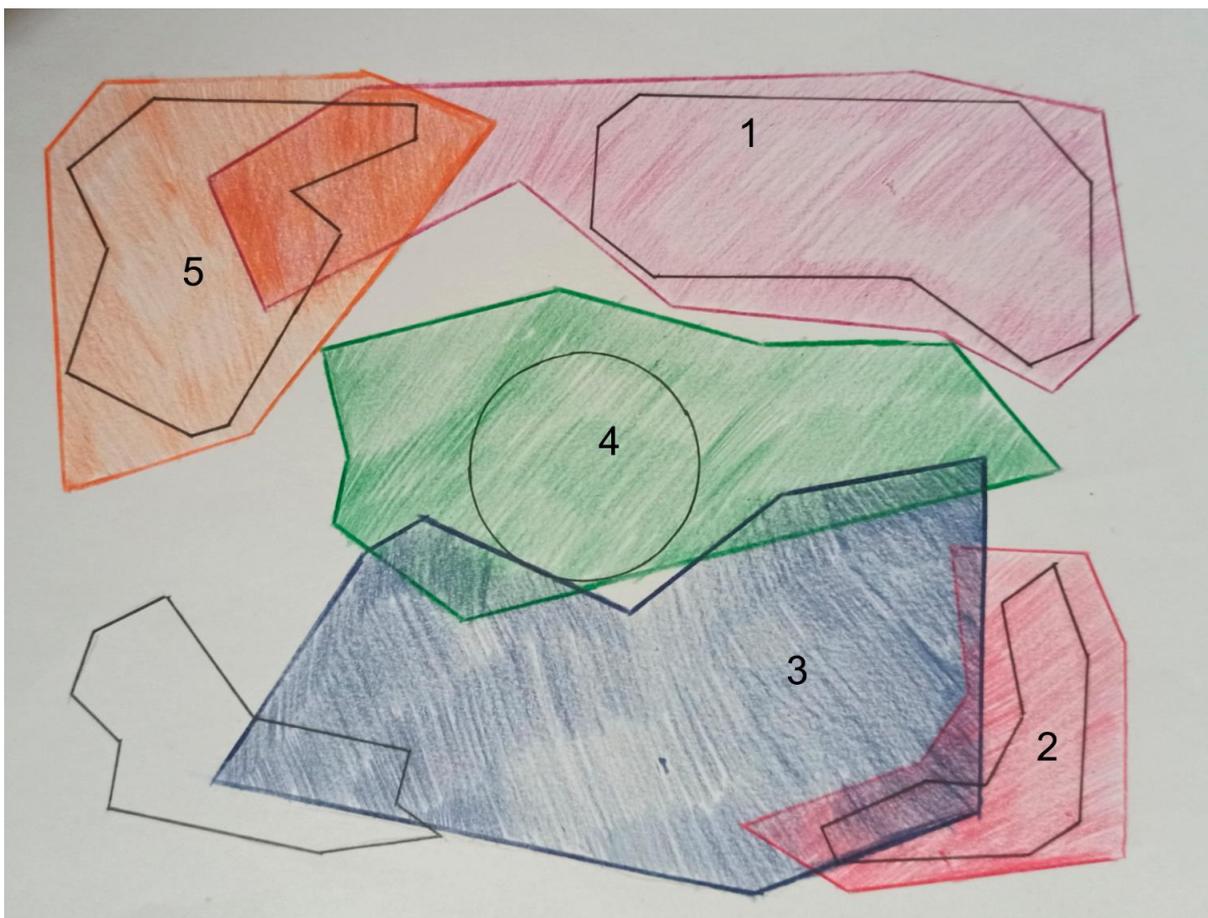


Figura 23 Usos e Funções da Praça Leoni Ramos

Fonte: Autoral

9.1.4. ORGANOGRAMA DE ESTABELECIMENTOS MODELO

Os estabelecimentos em sua maioria são adaptados, pois eram antigos casarios que foram transformados em bar e/ou restaurantes. A estrutura organizacional por vezes se repete nos prédios, geralmente em frente, o espaço é usado para dispor mesas, onde ocorrem apresentações ao vivo, essa parte pode ser coberta com toldo ou estar a céu aberto, já no interior do estabelecimento, quando há espaço disponível, mesas também são dispostas. Há um balcão para atendimento, onde são feitos pedidos e pagamentos, aos fundos são preparadas, em uma cozinha, as porções e pratos. É comum a presença de um banheiro para o uso dos clientes.

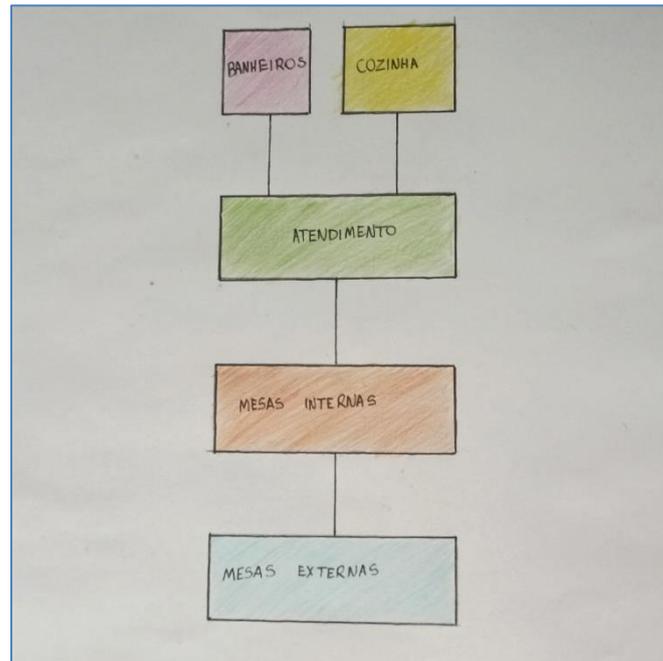


Figura 24 Organização de um bar na Cantareira

Fonte: Autoral

Em restaurantes é comum a presença de bufet na modalidade Self Service, onde os clientes podem fazer o autosserviço, no balcão de atendimento há uma parte destinada para pesagem. Nos restaurantes a cozinha é maior, permitindo uma produção maior de alimentos e maior número de pessoal.

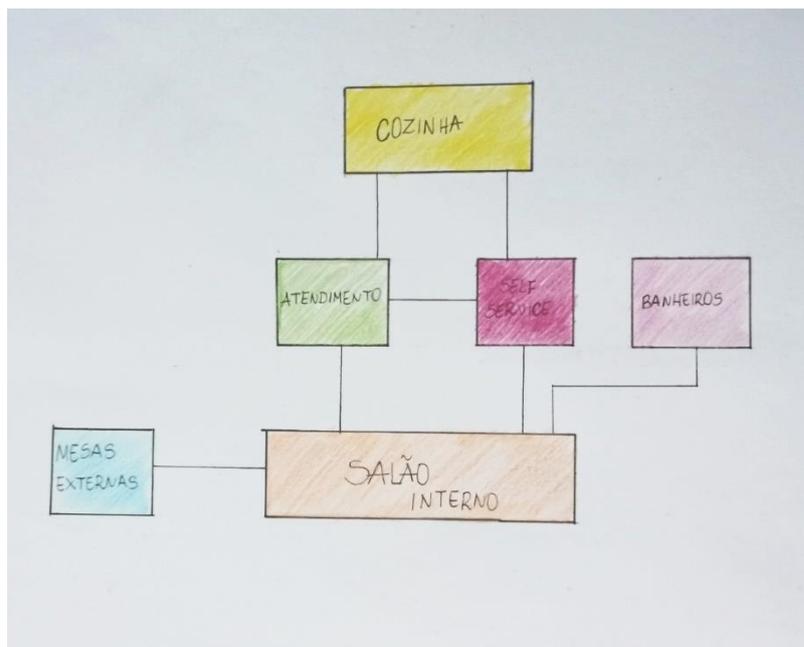


Figura 25 Organização de um restaurante da Cantareira

Fonte: Autoral

9.1.5. ORGANIZAÇÃO FÍSICA DA PRAÇA LEONI RAMOS (CANTAREIRA)

O layout da praça é composto por dois canteiros, um playground e um conjunto de mesas feitas para jogos de xadrez. Ao centro está presente um busto de Dom Pedro II, em um ponto mais elevado para dar destaque. Murestas cercam as instalações da praça, exceto o busto, estas são usadas como acento pelo público frequentador, em dias de boêmia servem como mesa.

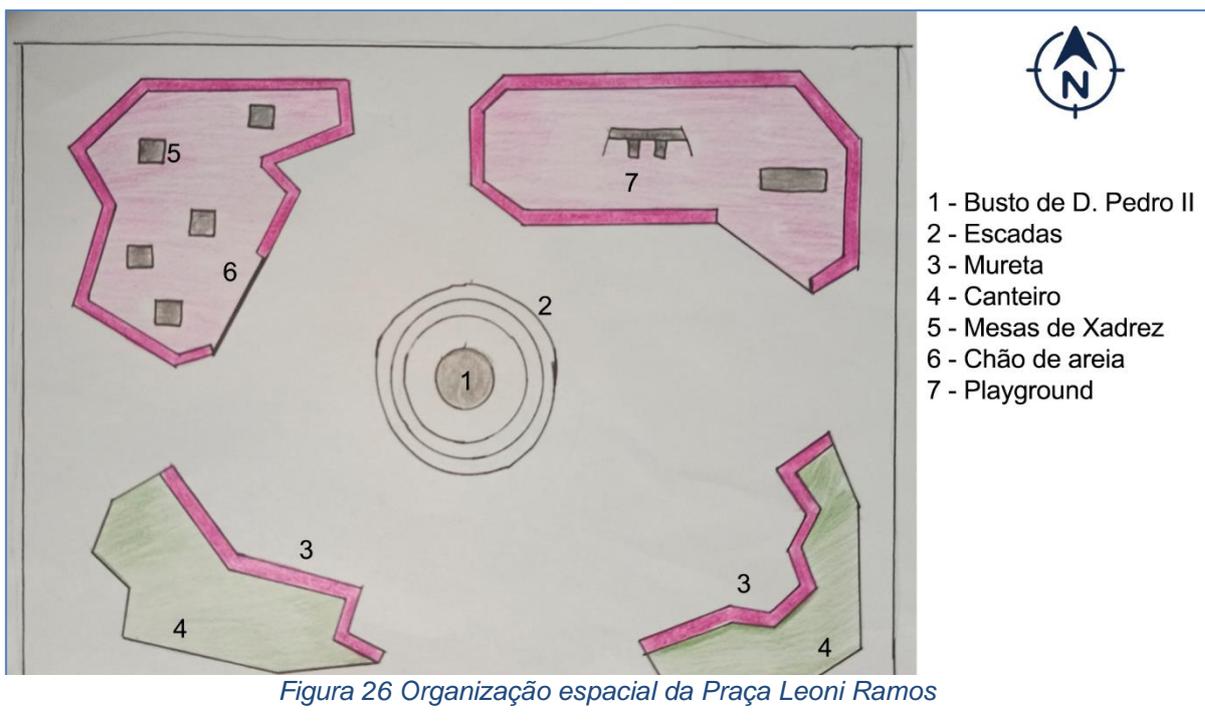


Figura 26 Organização espacial da Praça Leoni Ramos

Fonte: Autoral

9.2. EATALY

O Eataly é um complexo gastronômico que visa reunir em um mesmo local, varejo alimentício, restaurantes e cursos de culinárias com base na cultura Italiana. Projetado em 2014 pelo Espaço Novo Arquitetura, teve sua conclusão em 2015, tendo área construída de 4.500 m². O empreendimento se localiza na cidade de São Paulo/SP, mais especificamente na Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1489 – Bairro Itaim Bibi. Composto por 22 departamentos, totalizando 7 mil produtos ofertados, dentre eles incluem-se padarias, fábricas de queijos, docerias, molhos, temperos entre outros.

9.2.2. ACESSOS E CIRCULAÇÃO

O acesso de veículos e pedestres acontece pela frente do empreendimento, sendo o frontal o único acesso de pedestres, este ocorre de maneira centralizada na fachada do edifício. O acesso para carros é feito pela lateral esquerda do prédio, onde há rampas que guiam até a garagem que se encontra no subsolo. A entrada de serviço também acontece por esse caminho lateral, contudo ela segue até aos fundos do terreno.

A circulação vertical dá-se por meio de escadas e elevadores, sendo a de serviço diferente da do público. Ao centro do prédio existem escada rolantes, com a finalidade de tornar o percurso dos consumidores mais agradável.

A circulação horizontal é propositalmente difusa, possibilitando contato do público com stands e expositores durante toda a caminhada.



Figura 27 Análise de Acessos e Circulação interna

Fonte: Galeria da Arquitetura, editado pelo autor

O fluxo na Av. Pres. Juscelino Kubitschek é bidirecional e o a edificação conta apenas com um acesso, o frontal.

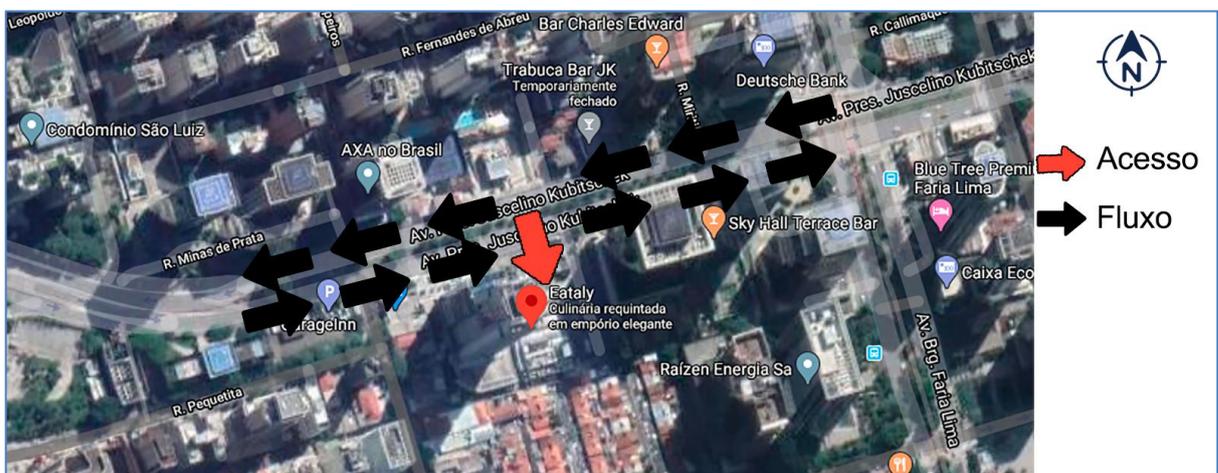


Figura 28 Fluxos e acesso

Fonte: Google Maps, editado pelo autor

9.3. USOS E FUNÇÕES

Ao todo são 3 andares para lojas e 2 subsolos para estacionamento, no Eataly encontram-se 18 pontos de alimentação, 7 restaurantes temáticos, 1 Bar e restaurante a céu aberto, 22 departamentos de mercado e tem por volta de 520 funcionários.

O fluxo de entrada e saída de clientes acontece pela parte da frente, onde também se encontram os caixas. Após a entrada estão a mostra produtos ligados a utensílios de cozinha e hortifruti. Além do varejo alimentício, o pavimento térreo abriga gelateria, padaria, cafeteria, doceria, embutidos, queijos etc., compartilhado do mesmo espaço físico sem divisórias ou delimitadores de espaço, só no térreo possuem 255 assentos para consumo.

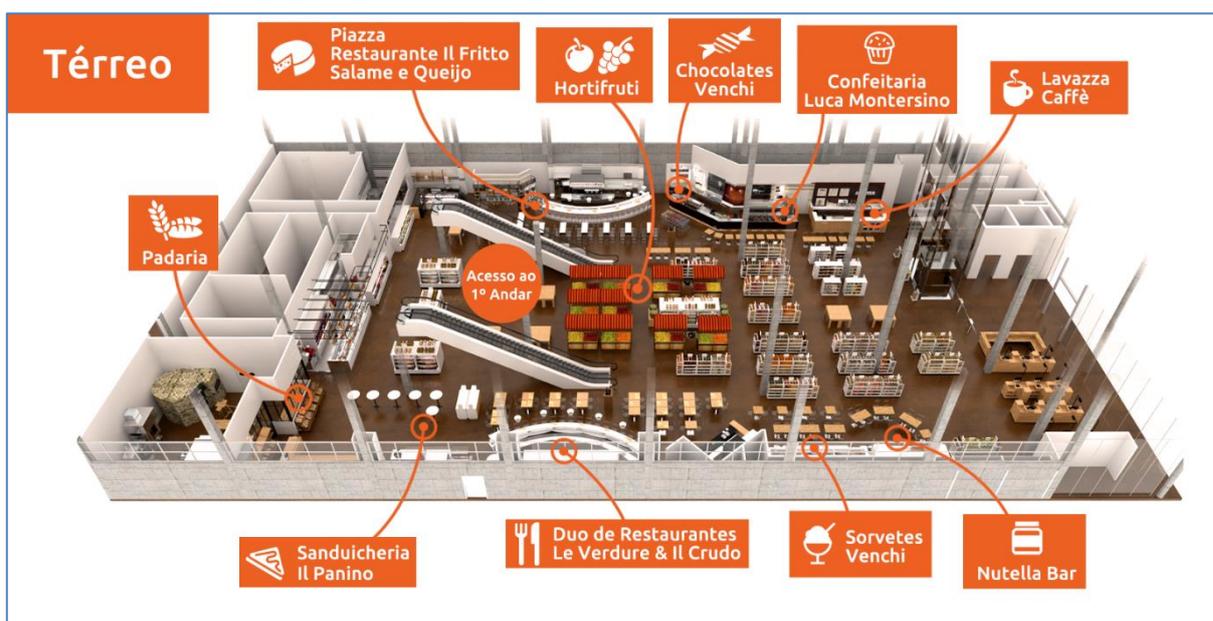


Figura 29 Pavimento Térreo do Eataly

Fonte: Veja SP

No primeiro pavimento encontram-se azeites, vinhos, massas, entre outros. Há também restaurantes especializados em carnes, frutos do mar, pizzas, massas, além disso conta com um café e uma adega.

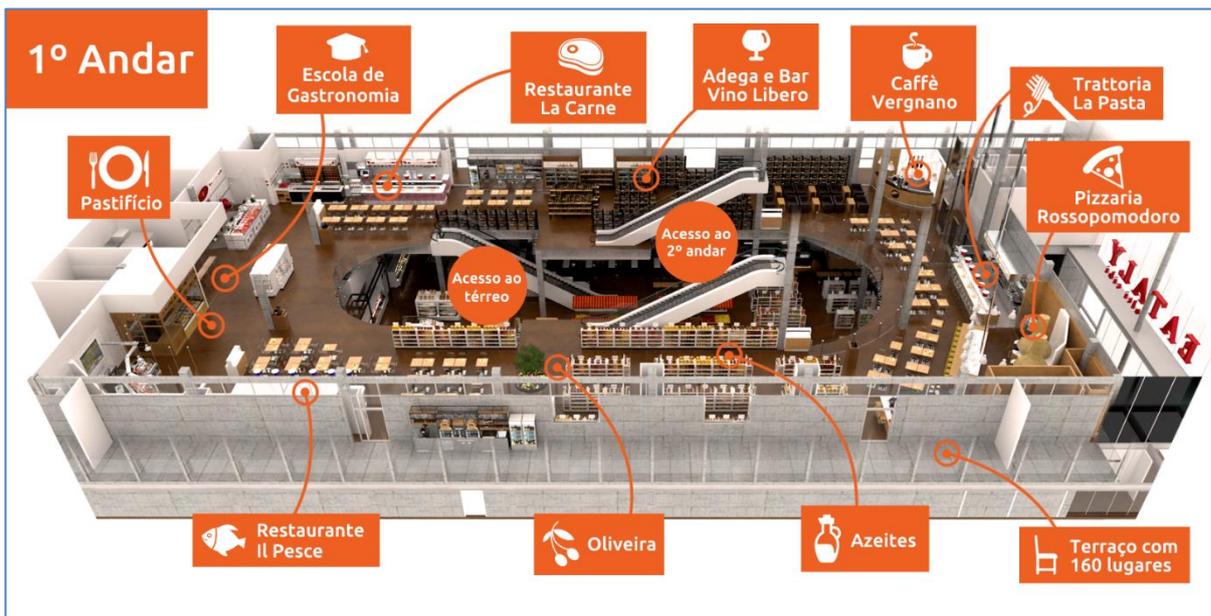


Figura 30 Primeiro Pavimento Eataly

Fonte: Veja SP

O segundo pavimento, também o último, abriga apenas um restaurante, que tem 180 lugares. Sendo o único onde se pode realizar uma refeição de menu completo, que compreende entradas, prato principal e sobremesa.

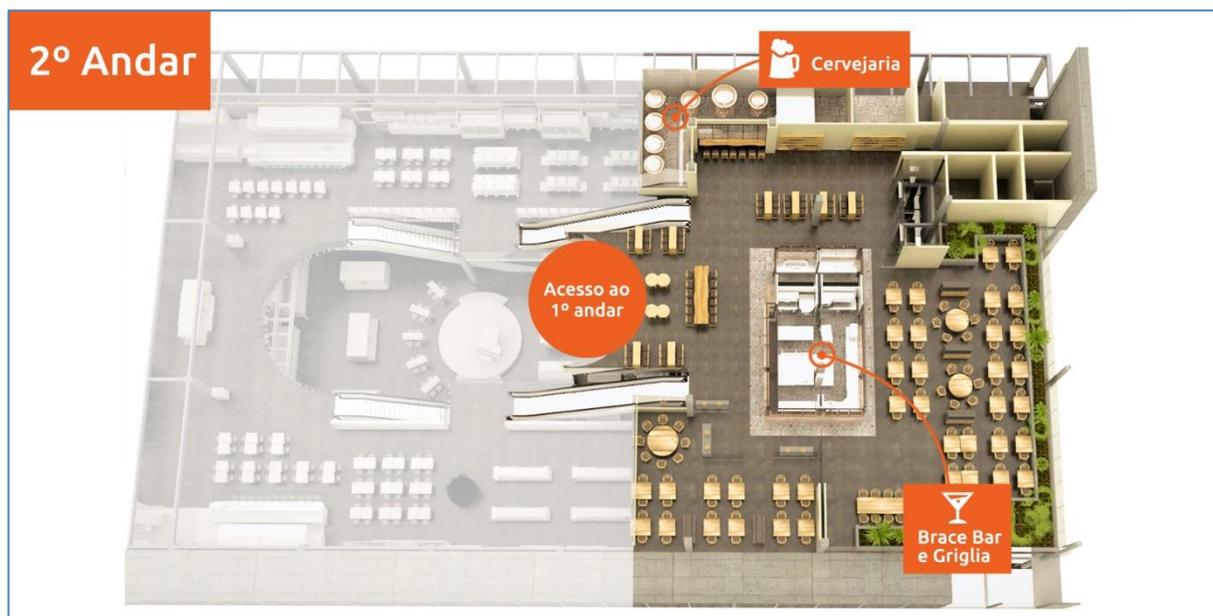


Figura 31 Segundo Pavimento do Eataly

Fonte: Veja SP

10. REFERÊNCIAS PROJETUAIS

10.1. MERCADO SAL

10.1.1. Localização

A Vila Gastronômica Mercado Sal está localizada no bairro Portão, em Curitiba, no Estado do Paraná, Brasil.



Figura 1: Mapa do Brasil - Estado do Paraná em destaque
Fonte: Google Imagens



Figura 2: Mapa do Estado do Paraná - Cidade de Curitiba em destaque
Fonte: Google Imagens

10.1.2. Implantação

Situado na Rua Itacolomi esquina com a Rua Felindo Bento Vianna, possui 2222m² de área construída. Sua implantação está cercada principalmente por usos residenciais, alguns comércios e pouquíssimos institucionais.



Figura 32: Implantação do Mercado Sal – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.1.3. Condicionantes Naturais

A edificação possui fachada principal norte, e ventilação predominante vinda do nordeste. O sol em Curitiba nasce às 5h e se põe às 19h.



Figura 4: Condicionantes Naturais – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.1.4. Setorização

O programa de necessidades do local conta com contêineres sendo utilizados como estabelecimentos individuais, praças de alimentação, banheiros e estacionamento. A setorização desses contêineres acontece em dois espaços distintos, porém ambos funcionam de modo que o centro fique como área de convivência e os locais de venda fiquem dispostos em volta deste lugar, delimitando o espaço. A figura abaixo demonstra esse funcionamento:

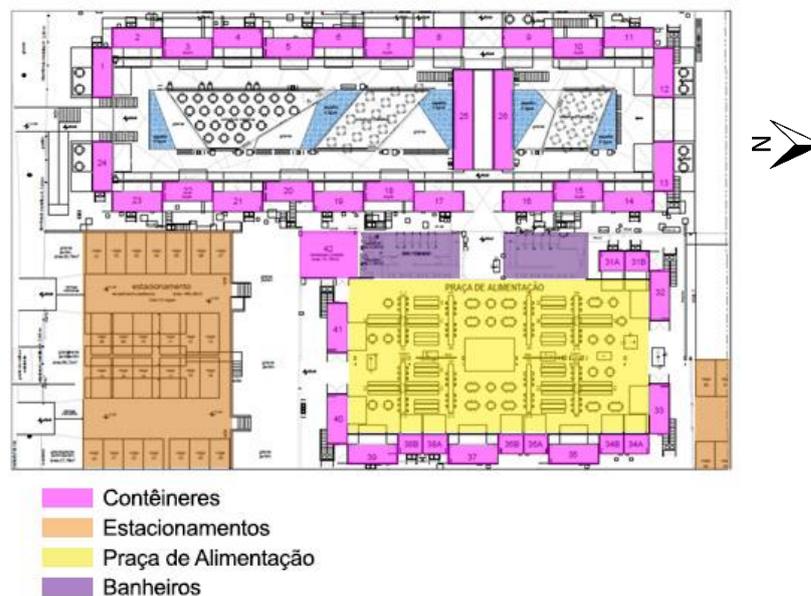


Figura 5: Setorização – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.1.5. Fluxos e Acessos

O Mercado Sal possui três acessos distintos, dois deles são somente para pedestres e estão situados opostamente, um a norte, e o outro a sul, sendo estes representados na imagem abaixo como 1 e 2, o fluxo de pedestre está representado na cor vermelha, já o acesso 3, representado na cor azul, acontece no estacionamento, para entrada e saída de veículos.

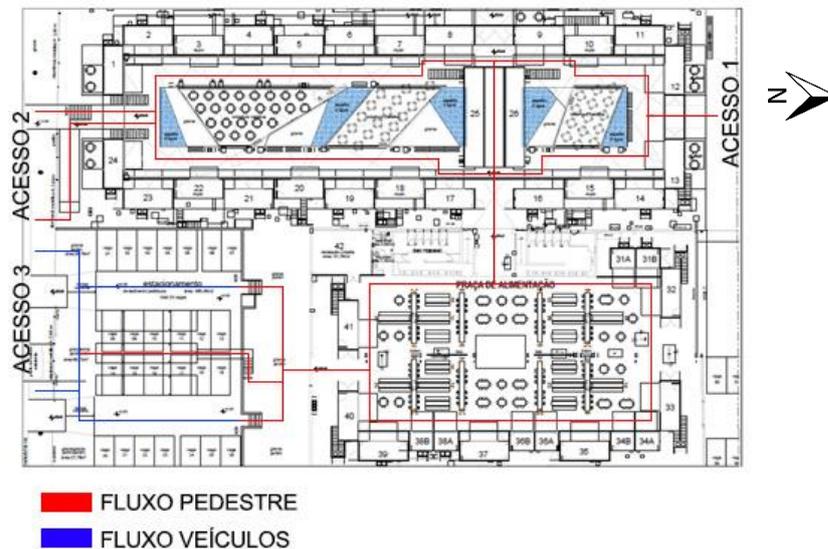


Figura 6: Fluxos e Acessos – editado pelo autor
 Fonte: Google Earth

10.1.6. Relação com o entorno

O acesso ao local se dá tanto por uma via arterial, como por uma coletora e também uma local, por estar situado em uma esquina, tem-se a diversidade de entradas na construção. Há um ponto de ônibus à 25 metros da esquerda da entrada principal.



Figura 7: Hierarquia Viária e Pontos de Ônibus – editado pelo autor
 Fonte: Google Earth

10.1.7. Volumetria

O Mercado Sal conta com uma volumetria bem variada, alguns contêineres foram colocados de maneira que funcionassem como segundo pavimento, enquanto outros, apenas um. Várias formas de cobertura são trabalhados no projeto, além de blocos soltos, e ambientes semi-abertos e abertos, que valorizam a conexão interno-externo.



Figura 8: Exterior do Mercado Sal
 Fonte: Buzzi e Silva Arq



Figura 9: Exterior do Mercado Sal
 Fonte: Gazeta do povo

10.1.8. Técnicas e Materiais construtivos

O projeto possui uma vasta lista de materiais e técnicas utilizadas, referências industriais foram as principais, ele conta com contêineres como estabelecimentos, um muro de tijolos à vista, um barracão adaptado que se tornou uma praça de alimentação coberta, e muitas outras técnicas que apesar de ser um empreendimento novo, o arquiteto em vários momentos optou por manter a história do local.



*Figura 10: Interior do Mercado Sal
Fonte: Gazeta do povo*



*Figura 11: Exterior do Mercado Sal
Fonte: Gazeta do povo*

10.2. MERCADOTECA FLORIPA

10.2.1. Localização

A Mercadoteca Floripa está localizada na SC 401, Bairro Mossunguê, em Florianópolis, no Estado de Santa Catarina, Brasil.



Figura 12: Mapa do Brasil - Estado de Santa Catarina em destaque
Fonte: Google Imagens



Figura 13: Mapa do Estado de Santa Catarina - Cidade de Florianópolis em destaque
Fonte: Google Imagens

10.2.2. Implantação

Situado na SC 401, em Florianópolis, o Mercadoteka Floripa possui 3 mil m² de construção. Sua implantação é cercada predominantemente por usos residenciais e alguns comerciais.



Figura 14: Implantação do Mercadoteka Floripa – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.2.3. Condicionantes Naturais

O local possui fachada principal sudoeste, e ventilação predominante vinda do norte. O sol em Florianópolis nasce às 5h e se põe às 19h.

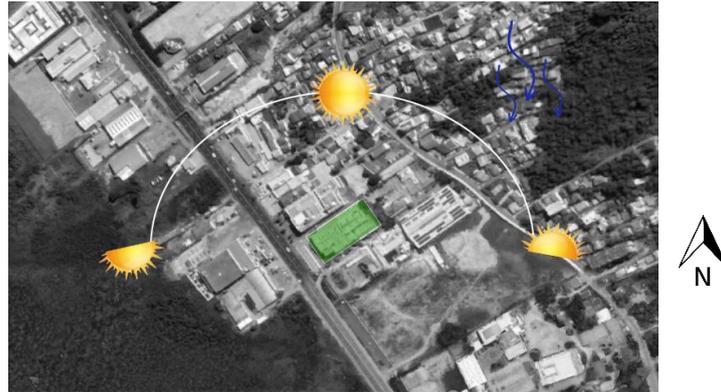


Figura 15: Condicionantes Naturais – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.2.4. Setorização

O Mercadoteca conta com uma praça de alimentação juntamente aos boxes de vendas, esse ambiente possui uma vista ao espaço kids que se localiza na área externa, para os pais poderem usufruir do local sem preocupações com seus filhos.

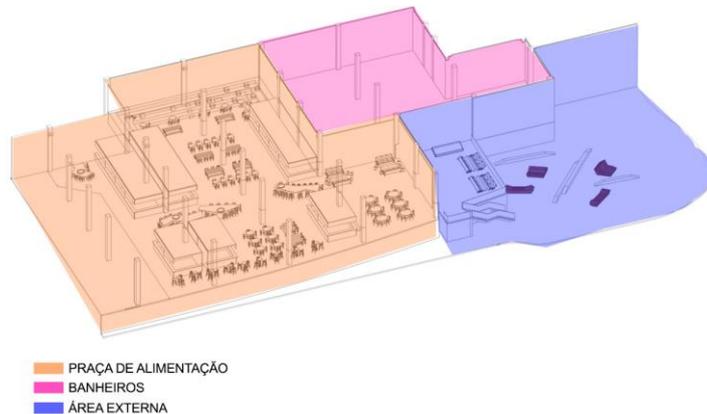


Figura 16: Setorização – editado pelo autor
Fonte: Todos Arquitetura

10.2.5. Fluxos e Acessos

O Mercadoteca possui dois acessos distintos para pedestres, sendo o principal pela SC 401, e o secundário pela rua sem saída ao lado.

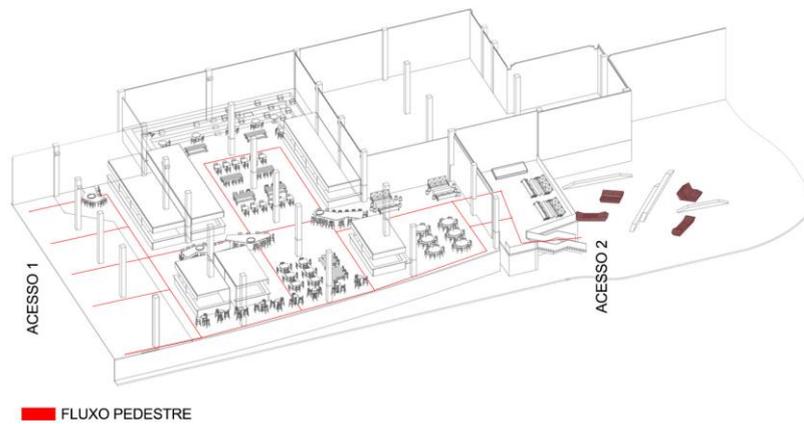


Figura 17: Fluxos e Acessos – editado pelo autor
Fonte: Todos Arquitetura

10.2.6. Relação com o entorno

O acesso ao local é a partir da SC 401, a rodovia mais movimentada de Santa Catarina, onde existe uma via coletora que auxilia nessa entrada, além de uma rua sem saída ao lado, que também dá acesso ao lugar. Existe um ponto de ônibus na frente da entrada principal.



Figura 18: Hierarquia Viária e Pontos de Ônibus – editado pelo autor
Fonte: Google Earth

10.2.7. Volumetria

A projeto do Mercadoteca Floripa foi construído em cima de um imóvel já existente no local, passando por um processo de requalificação. Além da cobertura geral, os boxes contam com uma proteção individual.

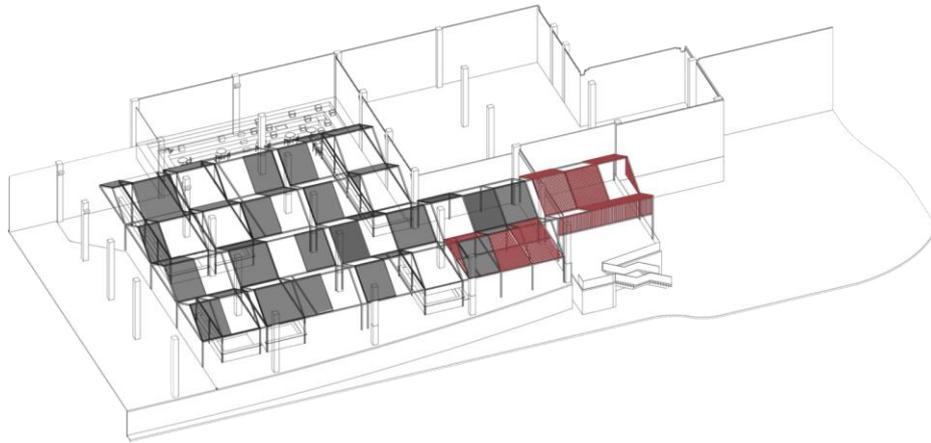


Figura 19: Coberturas individuais nos boxes
Fonte: Todos Arquitetura

10.2.8. Técnicas e Materiais Construtivos

O imóvel que abriga o Mercado Gastronômico une traços básicos e ao mesmo tempo contemporâneos, devido aos diversos componentes interessantes da infraestrutura, como por exemplo o vidro. Os mobiliários da parte externa foram montados com pallets de madeira, reafirmando a filosofia do empreendimento, sendo sustentável e dando um ar rústico e confortável ao local.



Figura 20: Arquibancada montada com pallets
Fonte: Todos Arquitetura

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARES e restaurantes, SEBRAE. Disponível em <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rj/institucional/bares-e-restaurantes,e5131512f1696410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 6 maio 2020.

CAMPOS, V.F. TQC - controle da qualidade: no estilo japonês. 8. ed. Nova Lima -MG: INDG,2004.

CENTRO ÉTNICO GASTRONÔMICO. 2017. TCC (Arquitetura e Urbanismo) - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC, [S. /], 2017.

FREITAS, Manuela Ramires da Rosa. **Centro cultural gastronômico juntamente com a revitalização da antiga fábrica da empresa cerâmica CECRISA, em Criciúma, Santa Catarina.** TCC (Arquitetura e Urbanismo) - RIUNI UNISUL, [S. /].

GIMENES, Maria Henriqueta S. Garcia. Artigo: Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. Paraná, 2004

PALLASMAA, Juhani. The eyes of the skin: Architecture And the Senses. - London: Academy ?Press. 2005.

PEREIRA, Rafaela de Oliveira. Escaleno Complexo de Serviços de Apoio ao Aeroporto. UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE, NATAL. 2016.

RAMOS, Barbara Machado. **CENTRO CULTURAL E GASTRONÔMICO: REVITALIZANDO A ORLA DA BAÍA SUL.** 2017. TCC (Arquitetura e Urbanismo) - UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA, [S. /], 2017.

RODRIGUES, Heloísa Ramos. Lugar: percepções e vivências - estudos de Portugal Pequeno e São Domingos, Niterói. 2013

SILVA, Luciana. **ARMAZÉM CENTRO GASTRONÔMICO EM PREEXISTÊNCIA HISTÓRICA**. 2016. TCC (Arquitetura e Urbanismo) - FA-UFRGS, [S. l.], 2016.

12. APÊNDICE

Questionário: Pesquisa sobre Bares, Restaurantes e Lanchonetes

Sexo

- Masculino
- Feminino
- Outro

Faixa etária

- até 17 anos
- de 18 à 24 anos
- de 25 à 35 anos
- de 36 à 50 anos
- a partir de 51 anos

Qual seu estado civil?

- Solteiro(a)
- Casado(a)/União estável
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Outros

Qual o seu nível de escolaridade?

- Analfabeto
- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino técnico incompleto
- Ensino técnico completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

Com quantas pessoas você mora atualmente?

Você possui filhos?

- Sim
- Não

Se sim, quantos filhos?

Considerando você e todas as pessoas com quem você mora, qual a renda total?

- até 3 salários mínimos
- mais de 3 até 10 salários mínimos
- mais de 10 até 20 salários mínimos
- mais de 20 até 30 salários mínimos
- mais de 30 salários mínimos

Onde você mora?

- Itaperuna
- Natividade
- Porciúncula
- Laje do Muriaé
- Varre-Sai
- Outro. Qual?_____

A cidade de Itaperuna possui boas opções de lazer (cinemas, teatros, bibliotecas, etc.).

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo e nem concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Os restaurantes, lanchonetes e bares são ótimas opções de lazer.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo e nem concordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

O que mais contribui para sua opinião anterior?

- Higiene
- Atendimento
- Qualidade do mobiliário
- Decoração
- Variedade de opções de comida
- Variedade de opções de bebida
- Localização
- outro

A cidade de Itaperuna deveria ter mais opções de Restaurantes, Lanchonetes e Bares.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Não concordo e nem discordo
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Você frequenta esses lugares com que frequência?

- Mais de uma vez por semana
- Uma vez por semana
- Duas vezes por mês
- Uma vez por mês
- Nunca

Em quais dias você costuma ir a esses lugares?

- dias de semana (de segunda à quinta-feira)
- fim de semana (sexta-feira e sábado)
- domingo
- nunca, não costumo sair

Quais tipos de estabelecimentos você mais frequenta?

- Bar
- Hamburgueria
- Restaurante à *la carte*
- Restaurante Self Service
- Pizzaria
- Sorveteria
- Outro

Quais tipos de restaurante, lanchonete ou bar você gostaria que existissem mais em Itaperuna?

- Comida mexicana
- Comida Japonesa
- Comida Chinesa
- Churrascaria
- Comida vegetariana
- Comida Italiana
- Hamburgueria
- Pizzaria
- Comida mineira
- Comida nordestina
- Cardápio misto
- Pub

- Bar com música ao vivo
- Outros